社会・経済側面 編

Respect for all People～これは将来目指すべき企業像として、「2010年グローバルビジョン」で掲げたテーマの一つです。トヨタは真のグローバル企業として世界の人々や地域から愛される存在を目指し、あらゆるステークホルダーを重視した経営に取り組んでいます。お客様には良い商品の提供を、地域社会・グローバル社会へ対しては経済・社会の発展への貢献と環境・人権・雇用を尊重し、取引先にはビジネスチャンス、株主へは長期安定成長による株価向上、そして社員には働くことへの誇りと豊かな生活の実現をそれぞれもたらすことがトヨタの企業としての責任であり存在意義であると考えます。

本章では、企業の社会・経済側面としてお客様、社会、地域、サプライヤー、販売店、従業員それぞれのステークホルダーとのかかわりの中で重要だと思われる項目につき、日本のトヨタ自動車株式会社単体としての取り組み、制度、基本的考え方をこれまでの経緯を含めて開示します。

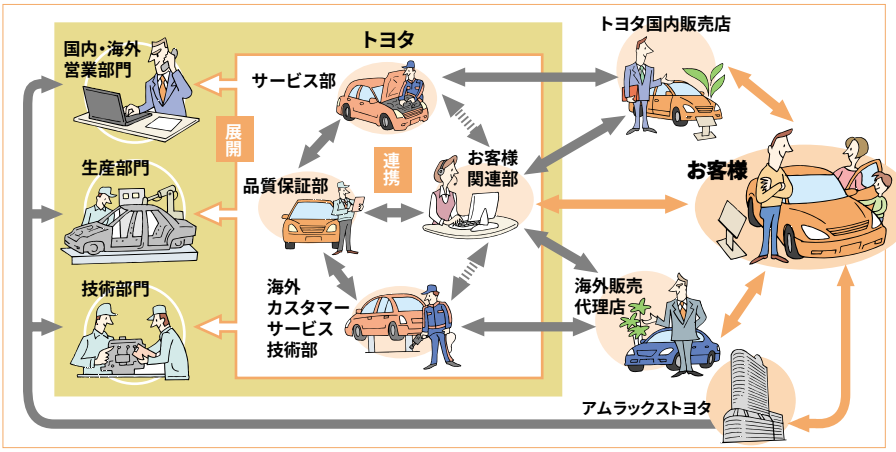
お客様とのかかわり

お客様第一主義

トヨタは創業以来、「お客様第一主義」の考えに基づいて企業活動を進めています。この考えは、トヨタグループの理念である「豊田綱領(1935年制定)」で謳われ連綿と受け継がれています。社内のすべての部署が、あらゆる仕事の局面で「お客様第一主義」を念頭に置き、販売店はじめオールトヨタの取り組みとして、お客様の対応に当たっています。

「豊田綱領」はP4。

■ お客様対応概念図



お客様に対する考え方

お客様からの評価・ご意見は、トヨタへの期待の表れであり、これを真摯に受け止め、誠実に対応するとともに、企業活動に生かすことがお客様の満足につながると確信しています。お客様の要求変化を常に把握し、社内基準との整合性を定常的にチェックして、ズレが生じた場合は速やかな対応を心掛けています。

また、お客様の声は、開発・生産・販売の関係部門・部署へ迅速に展開し、商品企画や品質向上等、企業活動の改善に役立てています。

幅広い情報収集と新しいクルマづくりへの展開

トヨタで受信するお客様評価情報には、直接寄せられるご相談・ご指摘のほか、販売店から入手する品質情報や新車購入客へのアンケート調査等があります。また*J.D.Powerなどの第三者機関の調査結果も参考にしています。さらに、販売店、グループの仕入先の協力を含め間接的な情報収集も行うなど幅広く取り組んでいます。

これらの情報の分析結果も、いち早くクルマづくりに反映させるため、技術部門との連携を強化しています。

*J.D.Power:顧客満足度に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関。

お客様関連部の取り組み

お客様関連部の役割は「お客様のご要望に直接接する部署」であり、ご相談・ご指摘への対応を通じ、一人ひとりのお客様の声を大切にし、お客様満足の向上に努めています。窓口となるお客様相談センターでは、ご相談・ご指摘を受信、今年度は約20万件のご利用をいただきました。ご指摘については、全国販売店と連携し、お客様の信頼と真の満足の獲得を心掛け、トヨタファンの維持、拡大に努めています。

また、営業、技術、生産各部門への直接提案や講話会を実施し、お客様の声を商品、企業活動の改善に役立てています。

2002年7月には、中国(TMCI)に「お客様相談室」を立ち上げる等、全世界の代理店におけるお客様対応体制の充実・強化を支援しています。

窓口となるお客様相談センター

お客様情報の受発信機能を持つ「アムラックストヨタ」

アムラックスは、メーカーショールームとして、トヨタの広告塔・お買い物相談の機能のほか、お客様情報を受発信する機能を兼ね備えています。ショールームでは「アムラックスミレル」と呼ばれるコンサルティングスタッフが対応に当たり、最適なクルマを提案・情報提供しています。ここで得られた情報はデータベース化され、社内イントラネットを通じて開発・営業部へフィードバックしています。

「新型車お客様評価報告」もその取り組みの一つです。来館されたお客様にアンケート調査を実施し、外観、内装、装備などについて、“ 生の声 ”を収集し、関連部門へ展開しています。また、お客様の関心や疑問の多かった事例を2002年6月よりMU-BOX(販売店向け衛星端末)を通じて各販売店に展開しました。

アムラックスミレルによる新型車紹介

お客様の声を生かした開発事例

2002年9月にモデルチェンジした新型「カルディナ」は、事前に収集したお客様の声を、多数取り入れ、数多くの部位で品質向上が図れました。「お客様の好みで選択できるようメーター色の切り替えを設定」「シートアレンジ操作やベルト脱着を容易にしたリア席自立式シートベルトバックル」「荷室の機能性を高めたリバーシブルデッキボードの採用」などがそれに当たります。

デッキボードを検討するスタッフ

品質保証

基本的な考え方

トヨタが重要視する“お客様第一・品質第一”のクルマづくり。それを実現する機軸は品質の“機能”管理で、社内の各部門を横断して品質を保証する考え方にあります。

企画・開発・生産技術・生産・調達・営業など各部門がそれぞれの領域で品質保証に責任を持っており、各部門のトップが参画して品質機能に関する方針を毎年度策定しています。年度方針には、トヨタの製品・サービスによってお客様の安全・満足・喜びを獲得していくことなどが明記されています。

取り組みの柱は次の三つです。専任部署である品質保証部を中心に、担当各部が連携して推進しています。

①トヨタの製品・サービスが、お客様の要望や世界各国の法規に適合し、品質問題(環境問題)を発生させないよう不具合を未然防止する。

②不具合を発生させた場合は速やかに原因を究明して対策を実施し、既に販売した製品に適切な処置を行い、不具合を早期発見・早期解決する。

③各部門の活動が適正に行われているかを監査し、問題がある場合は改良する。

お客様への情報提供

トヨタの製品・サービスの品質・安全性に関する情報は、次の方法により、お客様へタイムリーに提供できるよう努めています。

①販売店スタッフによるお客様への直接的な説明

②製品への直接表示、取扱説明書

③お客様相談センターを窓口とする電話相談

④ホームページ上での情報開示

リコール等への対応と体制

商品に欠陥が発生し、処置を講じる必要があると判断された場合、以下のうち必要な対応を実施しています。

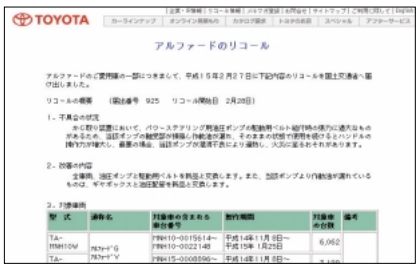
①各国法規の手順に従った当局への届出

②新聞・ダイレクトメールでお客様へ告知、店頭でのご説明

③ホームページ上での告知

④製品の回収、無償での修理

実施に当たっては、その手順を明確にして対応を進めています。



トヨタホームページ上のリコール情報

トヨタ車のリコール情報は
http://www.toyota.co.jp/recall

世界の販売店から市場情報を収集する体制を構築しており、品質保証部がそれらの情報を解析し、関係部署での対策の推進に当たっています。また品質保証部は商品の欠陥に対して行う処置に関して経営トップを含む関係部署への説明を実施しています。各部門の活動が適正に行われているかを監査し、問題がある場合は改良していく機能も担っています。

消費生活アドバイザーの役割

お客様関連部、品質保証部担当役員
消費生活アドバイザー第3期生

佐々木 眞一

昨今、企業の不祥事が相次ぎ、消費者の企業を見る目は一段と厳しさを増しています。今や消費者重視の考え方は言うまでもなく企業存続の大前提といえます。そうした中、企業と消費者のパイプ役である*消費生活アドバイザーの役割は、企業の消費者志向を高め、お客様第一主義を浸透させる上でも、一層重要になってきています。

お客様が本当に求めている要求は何か、資料や調査結果では得難い生の声を社内に届け、消費者と企業の認識のズレを修正しなければなりません。社内では144名（2003年4月1日現在）の有資格者が消費者関連活動や製品づくりへの助言を行っています。2003年3月には「トヨタ消費生活アドバイザーの会」の総会を開催し、情報交換および相互啓発を行いました。

「クルマは命を大きく左右するモノ」であり、安全性をはじめとする品質に関する相談件数は年々多くなっています。この認識をしっかりと根底に持ち、私たち有資格者が中心となって、お客様への理解活動を継続したいと考えています。

*消費生活アドバイザー：経済産業大臣が事業認定している公的資格。主に企業や行政機関、各種団体等の消費者関連部門において消費者の苦情相談に応じるほか、消費者の意見や消費者動向を商品・サービス等の開発、改善に反映させるなど、企業の消費者志向促進の役割を担っています。

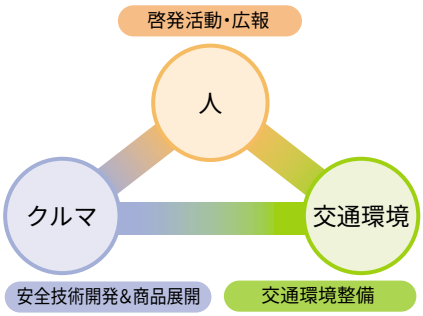
安全なクルマづくり

基本的な考え方

クルマづくりの基本は「安全」であると考えています。様々な条件下で最高水準の安全性を発揮し、快適に使用していただけるクルマをお届けするため、①クルマ・人・交通環境の幅広い視点による総合的対策、②先進技術を活用した安全装置や構造の開発、③事故調査・解析結果に基づく車づくり、④お客様の要求と社会的要請に応えるトータルバランス　の4つの考えを基本とし、法規レベルを上回る基準を設け、安全技術の開発を進めています。

トヨタでは上記の考え方に基づき、事故を起こりにくくする「予防安全」と事故発生の場合にも、その被害を最小限にとどめる「衝突安全」の視点から安全なクルマづくりに向けた具体的な対策を進めています。

■ 安全なクルマづくりに向けた総合的対策



基礎技術研究

事故調査解析

安全なクルマづくりのためには、まず実際の市場に学ぶことが必要であり、事故統計および個別事故解析が大変重要だと考えています。

これらの統計および解析は、(財)交通事故総合分析センターなど各種機関の協力を得て行っています。事故、運転者、車両の総合的視点から、事故の発生状況、被害状況、クルマの使われ方、気象条件、路面状況等を調べ、技術開発にフィードバックしています。

衝突試験と衝突シミュレーション

クルマが衝突した時の乗員の動きや加速度、荷重などによる乗員・歩行者への影響を解析するため、実車による衝突実験を行い、クルマづくりに役立てています。実験では、年齢、性別、体格などの異なる10タイプ100体以上のダミー人形を使い、年間1,000回以上行っています。

これらの実験データを補完するため、「*CAE」も積極的に活用しており、現在は、変形や発生荷重について細部まで予測が可能なレベルにまで至っています。

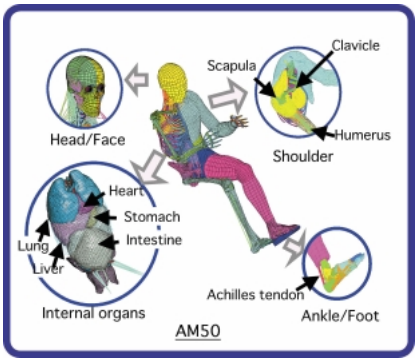
*CAE:Computer Aided Engineeringの略。コンピューターを利用して物理的な現象(変形、応力、熱、振動など)をシミュレーションし、製品の設計、問題の解決に利用する技術。

バーチャル人体モデル「THUMS(サムス)」

衝突実験用の人体ダミーでは計測不能な人体への影響をシミュレートするバーチャル人体モデル、それが「*THUMS」です。形状から骨の強度、皮膚の柔軟性、靭帯・腱に至るまで、人間の身体に近い状態で再現されており、人体ダミーでは限界のあった各部の傷害程度を、予測することができます。このモデルにより、車両衝突時における様々な傷害発生のメカニズムを解明し「衝突安全」をより高度に追求すべく車両開発を進めています。

*THUMS:Total Human Model for Safety

■ バーチャル人体モデル「THUMS」



予防安全

クルマの安全は、まず第一に、事故を起こりにくくする「予防安全」の考え方が重要です。予防安全技術の基本は、クルマ本来の機能である「走る」「曲がる」「止まる」がドライバーの意図通りにできることにあり、この三つの機能につき、最新の技術を駆使して性能向上に努めています。

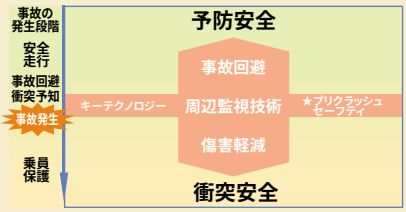
ほかにも①運転に必要な操作をサポートする機能、②走行時の自車情報・周囲の情報入手の容易性、③他車への情報伝達、④運転環境の向上　も重要なポイントと位置づけ、人間工学や交通心理学に基づく知見なども盛り込み、開発を進めています。

2002年度の新技術

プリクラッシュセーフティ

死亡・重傷事故の約70%は、前方不注意・安全不確認などの「認知遅れ」が原因であり、前面衝突事故の約40%では回避操作がなされないとの調査結果があります。※　このような実態を鑑み、「予防安全」と「衝突安全」を融合させ開発したのが「プリクラッシュセーフティシステム」です。衝突が避けられない自車の状況を事前に判断し、安全装備を早期に作動させ、衝突被害の軽減に資する機構で、2003年2月発売の「ハリアー」にオプション設定しました。

■ 「予防安全」と「衝突安全」融合の概念

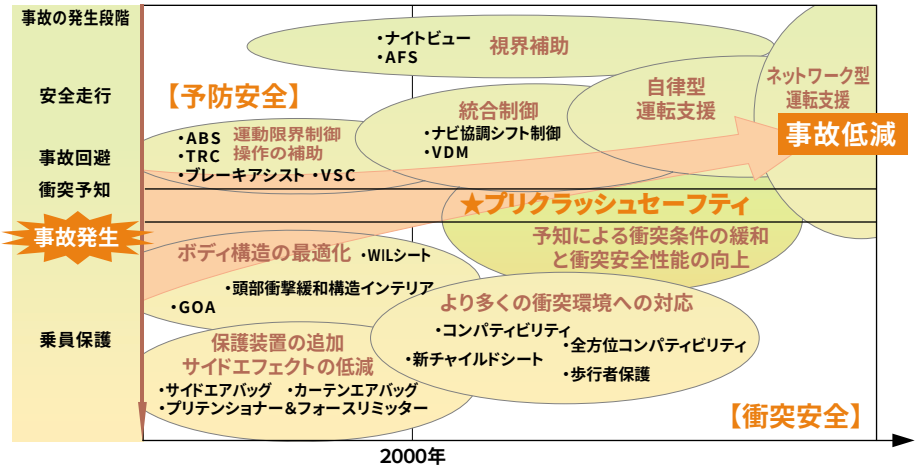


※出典:(財)交通事故総合分析センター「交通事故例調査・分析報告書」(平成13年度報告書)

このシステムは、衝突不可避を事前に判断する新開発の「プリクラッシュセンサー」と衝突判断後の早期巻き取りで乗員拘束性能を高めるシートベルト、早期に制動力を補助し衝突速度を低減するブレーキアシストで構成されています。

同システムの要となるプリクラッシュセンサーは、ミリ波レーダーなどを使った周辺監視技術の進化により開発されたキーテクノロジーです。

■ 安全技術の変遷と将来



事故回避性能の向上

重大事故の中で、横滑りなど操縦不能が原因となって起こった事故は約20%近くと言われます。横滑りが原因の事故ではABS(Anti-lock Brake System)やTRC(Traction Control)、VSC(Vehicle Stability Control)といったシステムの効果が期待されます。

VSCは、急なハンドル操作や滑りやすい路面などで発生する横滑りを抑えることを狙いとした装置です。それに対しABSは減速時、TRCは加速時にタイヤの空転を抑制する装置です。

また急なブレーキ時、制動力をサポートするブレーキアシストも事故予防に役立つと考えています。

トヨタでは、VSCやブレーキアシストなどの予防安全装置を、2005年までに国内で販売するほぼ全車種(乗用車)に展開する計画です。

衝突安全

事故が発生した場合の乗員の保護および衝突相手となり得る歩行者や二輪車乗員の保護にも配慮が必要です。

トヨタの考える「衝突安全」は、衝撃を効率よく吸収する車体、生存空間を確保できる強固な客室、乗員を保護する拘束装置や内装材、脱出・救出を容易にするドア構造、出火・延焼防止など多様な視点でとらえています。

■ 衝突安全の考え方

衝突安全性能の進化

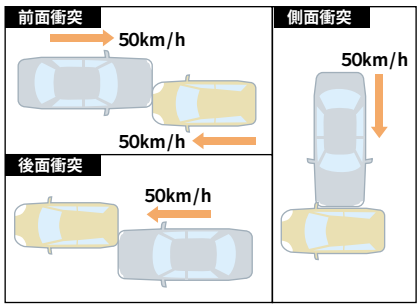
トヨタではフルフラップ前面衝突、オフセット前面衝突、側面衝突における乗員保護性能と生存空間の確保を目指し、衝撃吸収ボディと高強度キャビンを両立させた「衝突安全ボディ」(GOA)を開発しています。

これは、日本および欧米の安全基準を上回るもので、各クラス世界トップレベルの安全性を追求しています。さらに、より大きな車や速度の速い車との衝突に対応する基準の見直しなど、より高い安全性の実現に向け取り組みを進めています。

全方位コンパティビリティ

大型車、小型車、トラックなど多様な車同士の事故で相互の安全性を両立させる考え方が「Compatibility」です。重量差、車高差等により衝突時の被害の大きさが異なり、それぞれの差に対応した設計の配慮が重要です。トヨタでは、この考え方を前面衝突だけでなく、側面衝突、後面衝突でも適用することで、全方位コンパティビリティの改善を目指して衝突安全性の追求を進めています。

■ 全方位コンパティビリティ



歩行者保護

歩行者とクルマが衝突した際の、歩行者の傷害を軽減させる「歩行者傷害軽減ボディ」を開発し、2001年12月発売の「プレミオ」「アリオン」から採用しています。

歩行者傷害軽減ボディは、歩行者ダミーや「THUMS」による検証を元に、ボディへの改良に取り組んだもので、衝撃吸収素材の使用および衝撃吸収構造によって、歩行者の被る傷害を軽減させるものです。

日本初ISO FIX対応チャイルドシート導入

トヨタは確実かつ容易に取り付け可能な*ISO FIXに準拠したチャイルドシートを1999年に国内で初めて販売しました。専用金具で座席に取り付けられるもので、クルマ側が対応していれば簡単かつ確実に装着できます。

トヨタの多くの車種がISO FIXに対応しており、乳児用・幼児用ともISO FIX対応のチャイルドシートを取りそろえることで、*CRSの普及に取り組んでいます。

トヨタ車のISO FIX対応チャイルドシートは、国民生活センターによる衝突安全性の比較テストで高い評価を受けています。

*ISO FIX:誤使用防止、車両適合性の向上、取り付け方法の世界統一化を目的とした、ISO(国際標準化機構)規格のチャイルドシート固定方式。
*CRS:Child Restraint Systemの略称で子供用拘束装置

人にやさしいクルマづくり

福祉車両の開発と普及

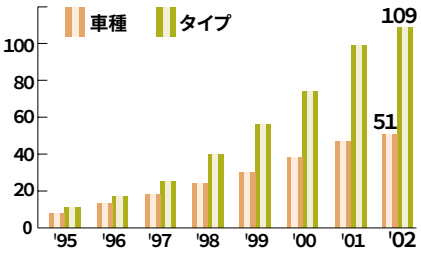
ウェルキャブ開発の視点

高齢社会の到来を前に、高齢者や身体の不自由な方の社会参加を進める意味で、クルマに求められる役割は高まる一方です。「身体の不自由な方が自ら運転する」「高齢者や身体の不自由な方を送迎する」「身体の不自由な家族と一緒に外出する」といった、さまざまな生活シーンにおいて、クルマには人にやさしい装備や機能が期待されています。

トヨタは、「すべての方に快適な移動の自由を提供する」という理念の下、いち早く福祉車両「*ウェルキャブ」の開発・普及に取り組み、2002年度末には51車種109*タイプの車両へ展開をしています。①コミュニケーションとケア、②介護者・運転者にやさしい、③乗降性が良い、④居住性が高い、⑤リーズナブルな価格、の5つの視点に立ち、これまで培ってきた「やさしさ」の機能を、すべての方々に提供すべく、開発を続けています。

*ウェルキャブ:トヨタの福祉車両のシリーズ名称で「Welfare(福祉)」と「Cabin(客室)」を合わせた造語。
*タイプ:車いす仕様、サイドリフトアップシート仕様などの別

■ ウェルキャブラインアップの拡大

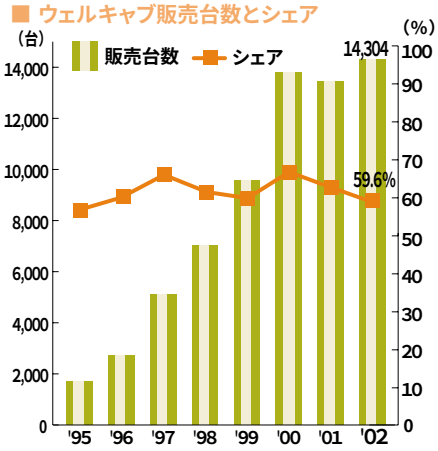


ラウム助手席リフトアップシート車
(パノラマタイプ)

ウェルキャブの普及に向けて

高齢化や福祉社会の進展といった社会的背景を受け、福祉車両に対するニーズは年々高まっています。2002年のトヨタのウェルキャブ販売台数は14,304台で1995年に比べて8.5倍以上となっています。また「身体障害者用車両に限る」などの限定条件のつく運転免許保有者は23万5,000人(2001年)となっており、身体の不自由な方で運転に意欲を示す人は年々増加しています。トヨタでは、「フレンドマチック車」「助手席回転スライドシート車」「車いす仕様車」など、さまざまな用途を持つクルマをラインアップすることで、自立と介護をサポートしています。

■ ウェルキャブ販売台数とシェア



■ ウェルキャブの主な取り組みの歴史

年代	年	トヨタの取り組み
1960・1970年代	'75	・トヨタ系改造メーカーにて、ハイエース福祉車両改造開始
1980年代	'81	・国際障害者年を機に、ハンディキャブ、フレンドマチックの名称でメーカー完成車として発売開始
	'82	・両上肢障害者用車両フレンドマチックIIを新発売(カローラ)
1990年代	'94	・国内初サイドリフトアップシート車を発売
	'96	・助手席回転シート仕様の開発(ターセル、コルサ、カローラII)
	'97	・グッドデザイン賞のユニバーサルデザイン賞をラウムが受賞
	'98	・福祉車両のシリーズ名称を「トヨタTECS福祉車両シリーズ」から「トヨタウェルキャブシリーズ」に変更 ・タクシー専用車にウェルキャブを新設定。後席の回転シートを国内で初めて開発(クラウンコンフォート、コンフォート)
1990年代	'98	・国内初のウェルキャブ総合展示場「トヨタ ハートフルプラザ」を東京と神戸にオープン ・サイドリフトアップシートに全電動式、脱着式を新開発
	'99	・ハイブリッドカーにウェルキャブ新発売(プリウス)
2000年代	'00	・車いす仕様車にスロープタイプ新設定(ファンカーゴ) ・ウェルキャブ総合展示場「トヨタ ハートフルプラザ」を広島にオープン
	'01	・ウェルキャブ総合展示場「トヨタ ハートフルプラザ」を千葉にオープン ・ウェルドライブシステム新開発(エスティマT/L)
	'02	・ウェルキャブ総合展示場「トヨタ ハートフルプラザ」を名古屋にオープン
	'03	・助手席リフトアップシート車(パノラマタイプ)を新発売(ラウム)

ユニバーサルデザイン

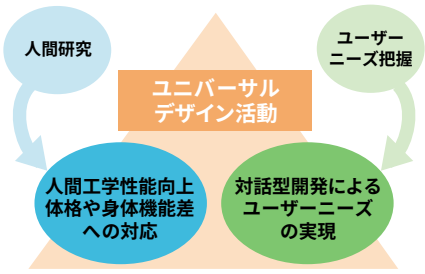
トヨタの*ユニバーサルデザインの取り組みは、「多様化したニーズとそれに応えるクルマの関係」という視点に立ち、人にやさしいクルマづくりの一環として進めてきました。幅広いユーザーが快適かつ安心して使えることを前提とし、乗降性や視認性など人間工学の観点と、「祖父母が後席に座る」「妊婦が乗る」といった目的やカテゴリーに応じたユーザーサイドの視点を盛り込み、これらの要件を評価指標で表現しています。

客観的で汎用性のある評価軸の設定は、あらゆる車種に展開が可能です。これにより開発サイドは目標設定がしやすくなり、ユーザにとっては、性能レベルやクルマの特性がつかみやすくなり、クルマ選びの指標とすることができます。

近い将来に予測される社会像に照らすまでもなく、安心・快適のための開発は、安全への取り組みに並ぶ重要な要素です。今後も、医学と工学の連携を緊密にし、人間工学の研究を続け、クルマに応用していきます。

*ユニバーサルデザイン:「より多くの人が使いやすい」というもの。すべての人に使いやすければ身体の不自由な方にも使いやすいという考え方で商品を開発していくため、デザイン自体が障害・障壁を感じさせないものになる。

■ ユニバーサルデザインへの取組



妊婦の乗降も楽にできる配慮

交通安全への取り組み

トヨタ交通安全キャンペーン

1969年から開始し、30年以上継続している「トヨタ交通安全キャンペーン」を中心に、トヨタでは「人」に対する幅広い交通安全活動を実施しています。

全国交通安全運動の期間に合わせ、全国の車両販売店、L&F店、部品共販店、レンタリース店の449社と共同で、毎年春と秋の2回、開催しています。

活動の柱は①幼児安全啓発活動、②シートベルト・チャイルドシート着用啓発活動の二つです。

幼児安全啓発活動では、同キャンペーン開始当初から毎年、全国の新入幼稚園児・保育園児に交通安全教材を贈呈しており、これまでに累計約9,400万部を配布しています。教材の中では、「道路の正しい歩き方・渡り方」「道路への急な飛び出しの危険」、保護者向けには「チャイルドシートの正しい使い方」などを解説しています。2002年度は、紙芝居を4万4,000部、絵本を200万部を配布しました。

またシートベルト・チャイルドシート着用啓発活動では、2002年度にシートベルト・チャイルドシート着用啓発リーフレットを134万部、妊娠中のシートベルト着用啓発リーフレットを137万部配布しました。

2002年度配布
シートベルト・チャイルドシート着用啓発リーフレット

安全運転実技講習会

1987年より、安全運転実技講習会「トヨタ・ドライバーコミュニケーション」を実施しています。2002年度までに約7,800人が受講しています。この講習会は、ブレーキやコーナリングの限界挙動の体験やABSなど安全装備の効果・正しい使い方を習得し、安全運転のレベルアップを図るプログラムです。2002年度は、富士スピードウェイ、スポーツランドSUGO、クルマに関する様々な体験ができる「メガウェブ」などでレベルに応じたきめ細かい講習を展開し、約800人が受講しました。

トヨタ・ドライバーコミュニケーション

トヨタ・チャイルドセーフティコミュニケーション

チャイルドシートの一層の普及と誤使用による事故防止を目指し、「トヨタ・チャイルドセーフティコミュニケーション」を実施しています。「*子供の安全ネットワーク・ジャパン」等と連携し、妊産婦・保護者を対象に開催しています。医師の説明や実演指導により、チャイルドシートの必要性と正しい使用方法をご理解いただき、確実な装着を呼びかける体験型講習会です。

*子供の安全ネットワーク・ジャパン:全国の産婦人科医・小児科医を中心に子どもの事故防護啓発活動を進める団体。

チャイルドシートの使用方法を実演

地域交通安全活動

地域社会に根ざした活動として、本社工場のある豊田市周辺の園児を招き、交通安全意識を高める活動を展開しています。この「トヨタセーフティスクール」は、社員自ら実地指導する交通安全教室で、1975年から毎年継続して開催しています。2002年度の参加者は4,600人、28年間の累計で19万人になりました。

トヨタセーフティスクール

交通安全スローガン・ポスターデザイン募集事業への協賛

交通事故撲滅を願い実施されている「交通安全スローガン・ポスターデザイン募集事業」(主催:全日本交通安全協会、毎日新聞社　後援:内閣府、警察庁、文部科学省ほか)に、トヨタは1968年より協賛しています。内閣総理大臣賞受賞作品は、春の全国交通安全運動の期間中をはじめ、全国の街角に掲示され啓発ポスターとして活用されています。

内閣総理大臣賞　子供部門
受賞作品

社会貢献活動

創業当初より、「モノづくり、車づくりを通して豊かな社会づくり」を行うことを基本理念として社業に務める一方で、様々な分野で社会貢献活動に取り組み、社会の発展にも寄与できるよう努力してまいりました。1989年に豊田章一郎社長（当時）を委員長とする「社会貢献活動委員会」を設置し、活動の体制を整備、1995年には「社会貢献活動理念」を制定。以来その理念に基づき社会貢献活動を展開しています。

社会貢献活動理念

1.「研究と創造」「豊かな社会づくり」を基本テーマに、社会貢献活動を積極的に展開する。

2.社員ひとり一人に至るまで一市民としての活動を主体的に実践できるよう、組織風土の醸成に努める。

具体的には、国内では「科学技術の振興」「地球環境の保全」「芸術文化の普及」などを重点テーマに活動を展開。海外では主にアジア、ヨーロッパ、北アメリカで、「教育」「環境」分野を中心に活動を推進しています。また、1990年からは（社）日本経済団体連合会の「1％（ワンパーセント）クラブ」の会員としてトヨタ単体で経常利益の1％以上の社会貢献活動を展開しています。

URL ここでは、環境関連の活動を中心に掲載しました。トヨタの社会貢献活動全般について、詳しくはホームページをご覧下さい。
http://www.toyota.co.jp/company/kouken/index.html

「里山学習館エコの森ハウス」オープン

2003年5月、愛知県豊田市の里山モデル林「トヨタの森」の敷地内に、「里山学習館エコの森ハウス」がオープンしました。環境意識の高まりや、学校教育における「総合的学習の時間」導入など、体験型環境教育のニーズが高まる中、「自然との共生」を基本理念とした「トヨタの森」の活動をさらに充実させるために建設したものです。学童の環境学習、エコのもりセミナーなど様々な教育プログラム、来訪者受け入れの拠点などの役割を担っています。

施設内にはエネルギー・資源利用の変遷や、これからの循環型社会の資源として期待されるバイオマス(森林資源等、生物由来の有機資源)の利用などについて、実物や映像・パネル等で紹介する展示ゾーンが設置されています。

また、建物は木造・分棟型構造とし、屋上緑化の導入、自然エネルギーの利用、雨水の活用など、省エネ・省資源のシステムを導入しています。

トヨタ白川郷自然学校（次項目参照）と合わせ、環境教育や環境NPOとの交流の拠点とし、幅広い層の環境意識向上と情報発信につなげたいと考えています。

里山学習館エコの森ハウス

トヨタ白川郷自然学校オープンに向けプレ・イベント実施

岐阜県白川村に設立を進めているトヨタ白川郷自然学校のプレ・イベントとして、2002年6月に植林活動を、2003年3月には「自然学校体験広場」を開催。地元白川村の小・中学生など多数が参加しました。これは将来を担う子供たちに、自然体験型の環境教育の機会を提供しようと催したものです。オープン予定の2005年には、太陽光発電、風力発電、雪室冷房など自然エネルギーを活用した90名程度宿泊可能な研修施設が完成する計画です。また、新たにNPOを設立し運営することを検討しています。

白川村の小学生による植林活動

“グローバル500賞”受賞記念 トヨタ環境活動助成プログラム

「*グローバル500賞」受賞を記念し、2000年より「技術」と「教育」の2分野で環境改善や保全に向けた活動を支援する「トヨタ環境活動助成プログラム」により、地域に根差した国内外の実践的な活動を助成しています。

2002年度は、国内外の大学・各種研究機関、市民・環境NGOなどから76件の申請がありました。国内外の有識者による選考委員会で、事業の実現性、将来の発展性、助成の必要性、地域特性への考慮等を審議、15件の対象を選定し、総額2億5,000万円規模の助成を決定。急激に経済発展するアジア地域での環境問題など、教育分野、技術分野とも具体的かつ実効性の高い活動が選出されました。

今回の助成により、3年間の累計実績は38件、約5億6,000万円となりました。2003年度以降も当プログラムは継続実施していきます。

*グローバル500賞:国連環境計画(UNEP)が持続可能な開発の基盤である環境の保護および改善に功績のあった個人又は団体を表彰する制度。

2002年度助成プログラム“廃校再利用によるエコスクールネットワークづくり”（岩手・森と風の学校）

環境NPOなどへの活動支援

自然保護や環境啓発活動を推進する環境NPOなど34団体への加入、寄付を通じて幅広く環境保全活動を支援しています。

■ 寄付・協賛および加入団体

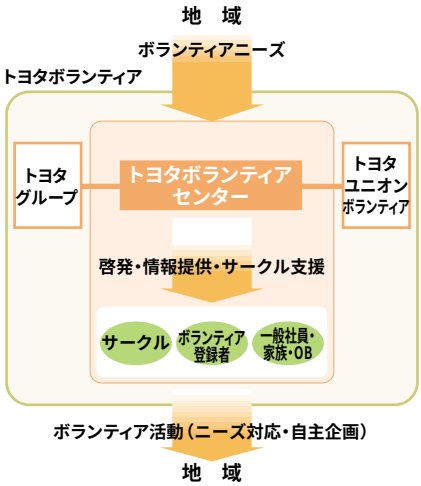
加入団体	●（財）世界自然保護基金日本委員会（WWFJ） ●（社）日本ナショナル・トラスト協会 ●（財）日本野鳥の会　など34団体
寄付・協賛	●中国植林プロジェクト ●マングローブ林復元プロジェクト など42件

地域活動

ボランティア支援活動

「トヨタボランティアセンター」は、従業員とその家族、OBを対象としたボランティア活動のサポートを目的に、1993年に設置されました。ボランティア活動に関心をもつ人たちが自主的に、楽しく、安心して活動できるよう情報提供や啓発活動などを行い、活動の拡大、自立に向け支援しています。

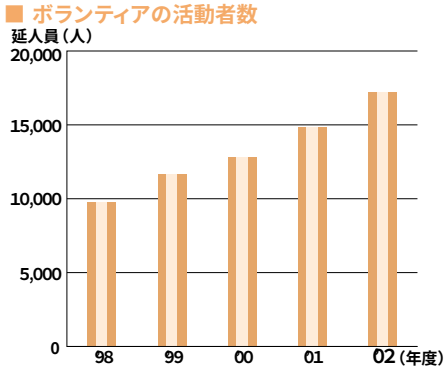
■ ボランティアセンターの概要図



2002年度は、森林整備、災害ボランティア学習会の開催、障害者団体とのふれあい活動、地域のお祭り時のシャトルバス運行など、様々な活動が展開されました。自主的な企画活動から地域のニーズに合わせた活動まで、地道な活動を一つひとつ積み重ね、社会との連携を図っています。

2002年度は、延べ約1万7,000人が活動に参加しました。

■ ボランティアの活動者数



トヨタ クリーンネット

従来、工場・事業所単位で行っていた道路美化活動を、2002年6月より統一キャンペーン「トヨタ クリーンネット」として実施、8月には国土交通省の「ボランティア・サポート・プログラム」と連携し、道路美化活動の定着と拡大を図りました。従業員ボランティアによるこの活動は、2005年に愛知県で開催される日本国際博覧会「愛・地球博」に向け、『きれいにしよう身近な道、広げよう活動の輪』のスローガンの下、会場地美化の目的も兼ねたもので、2カ月に一度、22の事業所・工場において実施しています。

2002年度は、計5回の活動に延べ約1万人が参加。回収ゴミ量は約3,000袋に及びました。

金田取締役（現常務役員）も参加し東京本社周辺の美化活動を実施

地域の清掃活動

2002年9月、地域社会との連携、ボランティア活動の理解促進を目的に、矢作川河川敷および中心市街地を対象に清掃活動を実施しました。参加者は、一般市民474人を含む1,743人で、ゴミ量387袋(総重量1,230kg)を回収しました。2002年度は自主参加者が増加、活動の理解と定着へステップアップが図れました。

災害ボランティアネット

2003年4月、自然災害発生時における被災者・被災地の自立復興支援を目的とした「トヨタグループ災害V(ボランティア)ネット」を発足しました。愛知県内の自然災害を対象に、緊急時に素早い行動が取れるよう備えています。

災害発生時は、行政の広域ボランティア本部と連携し、本部要員として被災地のニーズ・情報の収集に当たる予定です。本部からはネットワークを介して各登録者に情報が展開され、活動に当たることになっています。

チャリティーバザー売上金寄付

トヨタグループ14社共催のイベント「ボランティアプラザ(オールトヨタビッグホリデー)」で開催したチャリティーバザーの売上金および募金56万7,327円を、(社)豊田市心身障害児・者育成会はじめ福祉施設、団体に寄付しました。

チャリティーバザーの様子

中国植林活動

環境の悪化が著しく、森林破壊、急速な砂漠化が深刻化している中国河北省で、2001年より、ポプラ、松、山アンズなどを毎年500ha、3年間で1,500haを目標とする植林活動をスタートさせ、2002年度までに予定通り1,000haの植林を実施しました。中国で事業活動を行う一員として、当地の環境保全に貢献することが目的で、植林活動だけでなく、植林による生態系への影響、風の流れや地下水系への影響なども調査し、学術の確立にも貢献しています。中でも山アンズは杏仁豆腐の原料であり、地元の経済効果も大きいため、その植林には力を入れています。

トヨタの従業員もボランティアで参加

ステークホルダーとの対話

ステークホルダー・ダイアログ

「持続可能な発展」に向けた企業の取り組みが問われる中、「技術革新」「経済原則」「幅広いコンセンサス」を三位一体で進めることが社会の要求となっています。

2001年度に引き続き、2002年10月、「第2回トヨタステークホルダー・ダイアログ（利害関係者との対話ミーティング）」を開催しました。座長に名古屋大学大学院教授・柳下正治氏を迎え、産・官・学・民の立場の異なる四つのセクターからの参加者が、活発な議論を展開しました。

これは、今後の大きな経営課題の一つは社会との対話であるとの認識に立ち、自由闊達な意見交換とともにトヨタの経営活動に対する自由な提言を行っていただくことをダイアログの目的としています。

今回は「グリーン市場の実現は可能か」をテーマに、全体会議では神尾隆専務の開会挨拶に始まり、基調講演、課題提起の後、参加者が三つの分科会に分かれて意見交換を行いました。テーマの絞り込み、参加者全員が活発に発言できる工夫など第1回の反省点を踏まえ、分科会方式を取り入れたプログラムにしました。各分科会には参加者以外のトヨタの社員も加わり、自由な雰囲気で議論を進めました。

議論は「①グリーン市場とは、②市場のグリーン化（構造転換）を図るために企業・消費者・行政・NPO等の果たすべき役割とは、③グリーン市場を実現するための推進力は何か」という3点に集中しました。

討議の中では「消費者の視点に立った議論に欠けているのではないか」「企業側と消費者側ではエコ商品というものの認識に違いがある」「日本的土壌において、環境に配慮した製品やグリーン市場が存在するには、リーダー的企業によるブレークスルーに期待する他に方法はないのか」「市民に動機があればグリーン市場は創れる。担い手はNGOやNPO」など、自由な意見が出されました。

参加者からは、立場の異なる参加者が一堂に会して意見交換したことに対する充足感、環境問題の多様な考え方を共有できた満足感など、好意的な評価が得られました。継続実施の期待、若年層の参加期待、人選の地域性の考慮など、今後の改善への提案を含め、多くの意見・感想も寄せられました。

今後も、こうした対話を継続し、日本の文化・風土を加味して、効果的かつ意義ある対話手法を模索し、多様なステークホルダーとの対話の輪を広げていきます。

■ステークホルダー・ダイアログ実施概要

座　長

柳下正治氏
（名古屋大学大学院 環境学研究科教授）

参加者

NPO8名、行政3名、産業界9名、
大学研究機関7名、トヨタ4名の合計31名

プログラム

①基調講演
「グリーン市場の実現は可能か―問題提起―」

②問題提起
「グリーン市場という名の共同妄想」

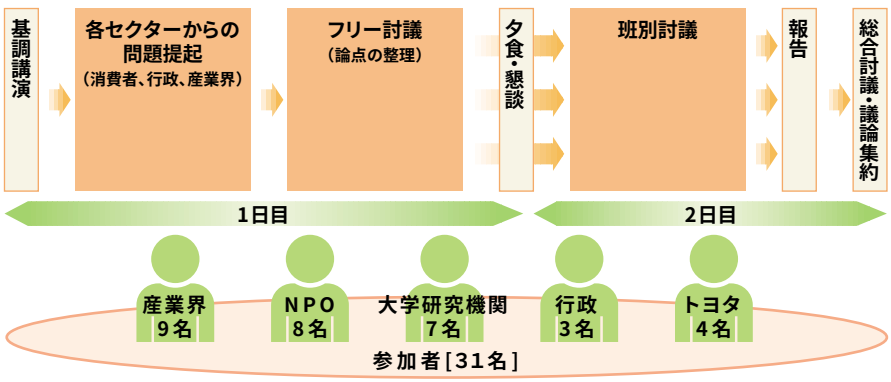
③問題提起
「グリーン市場の実現は可能か
―購入側の立場から―」

④問題提起
「グリーン市場の実現は可能か
―ビジネスモデル創造の視点から―」

⑤3分科会討議

⑥全体会議(自由討議・まとめ)

■ ステークホルダー・ダイアログの進行図



分科会に分かれて活発な討議

環境報告書について意見交換

環境報告書による情報開示の質を高めることを目的に2002年7月、NPO関係者8名、学識経験者2名、企業からは1名の参加を得て、トヨタの2002年度版報告書に対するご意見をうかがう場を設けました。「報告書を通じて環境の長期ビジョンを期待」「環境リーダー企業として報告書の次の方向性を打ち出してほしい」など先駆的試みを期待する意見を多くいただきました。また、「総花的で何がポイントなのか分かりにくい」「重点項目を絞って充分な説明を加えた方が分かりやすいのではないか」など報告書の編集上の観点からのご指摘もいただきました。

本2003年報告書ではこれらの意見を参考に、環境活動に加え、社会面の報告内容を充実させました。

サスティナブル・モビリティに向けた連携

World Business Council for Sustainable Development

WBCSDへの参画

WBCSD（持続可能な発展のための世界経済人会議）は、世界30カ国以上、160の国際企業のトップで構成された団体で、「経済成長」「環境保全」「社会的発展」の三つを柱に、グローバルな視点で提言や実践活動を続けています。トヨタは創立以来のメンバーで、豊田章一郎名誉会長が同会の副会長を務めています。

持続可能なモビリティ・プロジェクト

WBCSDの産業別プロジェクト「持続可能なモビリティ・プロジェクト」は、エネルギーおよび自動車関連企業12社が参画して、2030年の持続可能なモビリティのビジョンを示すことを目標に活動を進めています。豊田名誉会長は、当プロジェクトの共同議長に就任しています。

SUSTAINABLE MOBILITY

URL http://www.sustainablemobility.org/

2001年にまとめた「モビリティ2001」では、モビリティの現状把握とその課題を示し、これらを踏まえて「サスティナビリティの指標」「燃料」「シナリオ、ビジョンおよびワークショップ」などの10の研究テーマ（ワークストリーム）を設定しました。「サスティナビリティの指標」は、ワークストリーム全体の基調となる作業指針であり、12の指標を特定しました。指標の選定に当たっては、「モビリティ2001」で明らかとなった課題を反映させるとともに、ステークホルダーの意見も盛り込みました。

プロジェクトのビジョン形成のプロセスでは、パリ、上海、ダボス、デリー、名古屋、メキシコシティ等世界各所でモビリティ・ワークショップを開催し、政府、他の産業、消費者、研究者、NPO等、幅広い関係者の意見を取り入れるとともに、ネットワークを広げました。

モビリティという面からの経済成長、環境保全および社会的発展をカバーした指標に呼応する形で2003年末に発表される最終報告「持続可能なモビリティ2030」には、30年後を見据えたビジョンと、そこにたどり着くための道筋が示される予定です。

■ プロジェクトのワークストリーム

1. サスティナビリティの指標
2. 車両の設計とテクノロジー
3. 燃料
4. インフラ
5. 人のモビリティ需要
6. 物品およびサービス面でのモビリティ需要
7. 政策
8. 都市部のモビリティ
9. 長距離のモビリティ
10. シナリオ、ビジョンおよびワークショップ

■ 持続可能なモビリティの指標

1. 移動手段へのアクセスのしやすさ
2. 利用者の費用
3. 移動に要する時間
4. 信頼性と快適性
5. 安全性
6. セキュリティ（治安）
7. 地球温暖化への影響
8. 環境と健康への影響
   - 排出ガス（HC、CO、NOx、PM、SOx、Pb）
   - 生態系への影響
   - 騒音
9. 資源の利用
   - 輸送機関に関連するエネルギー
   - 輸送機関に関連する土地
   - 輸送機関に関連する材料
10. 財政収支への影響
11. 公平性
12. 民間企業へのリターン

ヨハネスブルク・サミット、「ビジネスデー」に参加

2002年8月26日から9月4日まで、南アフリカ・ヨハネスブルクで「持続可能な開発に関する世界首脳会議：ヨハネスブルク・サミット」が国連により開催されました。当サミットでは、1992年のリオ・サミットで定められた行動計画「アジェンダ21」のレビューや、この10年間の世界変化に伴う新たな問題が議論されました。

サミット期間中、サイドイベントとしてWBCSDが共催した「ビジネス・デー」において、豊田名誉会長が、WBCSDの副会長として「持続可能なモビリティ・プロジェクト」の紹介を行いました。「移動は人の自然な欲求」「今後の途上国のモビリティ用エネルギー需要増加」「技術開発の重要性」などのプロジェクトの中間報告に加え、メンバー各社が共通の目的で議論することの意義を述べました。

また、エネルギー総合効率「*Well to Wheel」を上げることの重要性や、持続可能な発展を目指し、エコエフィシェンシー（環境と経済、両方の効率）の追求の重要性についても述べました。

*Well to Wheel：エネルギーの採取、生成と運搬に関わる効率「Well to Tank」と車の燃料タンクから車輪までの効率「Tank to Wheel」を掛け合わせたエネルギー総合効率

サイドイベントでハイブリッド車を展示

トヨタはヨハネスブルク・サミットのサイドイベントに参加し、日本パビリオンのブースで、燃料電池ハイブリッド車「FCHV−4」と「エスティマハイブリッド」を出展して、先進的な環境への取り組みをアピールしました。

販売店※

国内販売店とのかかわり

トヨタは国内において車両販売店308社の約5,800の店舗を通じて国内のお客様にクルマの販売およびアフターサービスを行っています。

トヨタは、1935年の地元資本によるトヨタ販売店設立以来、「自主独立と自己責任」を原則とした地元資本尊重のトヨタ車の販売体制を整え、メーカーと販売店の相互信頼の下、お互いの責任を果たすことに全力を尽くしています。

現在、308社の販売店の内、約290社が100%地元資本で経営されています。創業以来のトヨタと販売店との関係は、豊田英二最高顧問と豊田章一郎名誉会長がトヨタ自動車工業（株）とトヨタ自動車販売（株）との合併時に述べた「売ることの難しさをよく認識して売れるものを造る事、造ったものは努力して売る事」の言葉に代表されるように、トヨタがトヨタ販売店の立場を尊重し、かつお互い切磋琢磨するものとなっています。

販売店に対するポリシー

故神谷正太郎が、1935年にトヨタ車を販売するに当たってその責任者として打ち出した「一にユーザー、二にディーラー、三にメーカー」という販売理念、すなわち「トヨタ車の販売によって利益を受ける順序は、まずお客様、次に販売店、そして最後にメーカーという順であるべきで、この姿勢こそ、お客様とトヨタ販売店の信頼を得る最良の手段であり、その事がトヨタに発展をもたらす」という考え方に基づき、販売活動を推進しています。

トヨタはトヨタ販売店の自主性を重んじ、個々の販売店に最大限能力を発揮していただき、その総和を最大化することが重要だと考えています。また「共存共栄」の考えに基づいた、メーカーと販売店の関係を構築するため、コミュニケーションを緊密にし、信頼関係を築きます。

トヨタ販売店の繁栄があってこそトヨタの繁栄があり、共存共栄こそが、トヨタと販売店との関係のあるべき姿と考え、創業以来これを目指しています。

販売店との基本契約

トヨタとトヨタ販売店は、お互いの権利、義務、責任を規定した「トヨタ販売店基本契約」を取り交わしています。基本契約は、取り巻く環境変化を踏まえ、かつトヨタと販売店間で十分協議を重ねた上で3年に1度締結されます。例えば2001年の改訂では「地球環境への配慮」を互いの基本的な責任に盛り込みました。今後も適宜、環境変化を踏まえ、見直しを実施していく予定です。

トヨタ販売店

※海外はディストリビューターを通じて車の販売、アフターサービス活動を行っています。トヨタ自動車とディストリビューターとの関係は国内におけるトヨタ販売店に対するそれと同じ理念でなされています。

トヨタ自動車とのパートナーシップ

トヨタ販売店の創業者達が、戦前あるいはその後、トヨタ自動車をビジネスのパートナーに選んだのは、トヨタの「一にユーザー、二にディーラー、三にメーカー」という販売理念に共鳴したからであり、この先人達の判断に誤りは無かったと断言できます。

トヨタ自動車と販売店には、古くは割賦販売の導入、アフターサービス活動の重視、訪問販売から店頭販売への移行を進める等、革新的なマーケティング策にチャレンジ、国内の自動車販売をリードし、除軽シェア40%を維持してきたという自負があります。

これは、トヨタ自動車と販売店が対話を継続し、相互理解と信頼関係を築き上げてきたからこそ、できたことです。

2004年春に向け、チャネル制の見直しという新たな改革にチャレンジします。この改革には、産みの苦しみも伴うものと覚悟しています。但し、その痛みを乗り越え得る深い相互信頼関係がトヨタ自動車と販売店の中にあることを確信しております。

2003年7月

トヨタ自動車販売店協会*理事長
名古屋トヨペット株式会社
代表取締役社長
小栗七生

*トヨタ自動車販売店協会：全国販売店467社で組織されている。

サプライヤー

サプライヤーとのかかわり

調達のミッション

トヨタは、「自動車を通じた豊かな社会づくり」を目指しています。そして、「世界で最も魅力ある車を最も早く、タイムリーにお客様にお届けすること」により、社会に貢献していきたいと考えています。そのために、調達として果たすべきミッションは、「世界で最も良いものを、最も安く、最も早くタイムリーに、しかも長期安定的に調達すること」です。

そして、そのことを確実に成し遂げるために、「世界No.1の調達基盤を構築すること」を目指しています。

すなわち、魅力ある製品をトヨタとともにつくりあげていくサプライヤー＝パートナーと世界各地で協力していくことが不可欠と考えています。

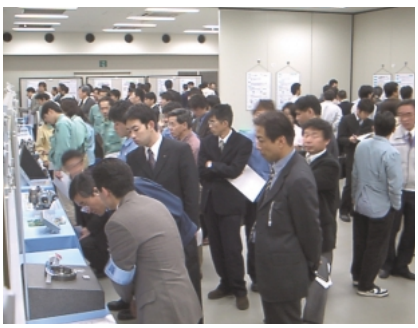
サプライヤーとの打ち合せ

トヨタ調達の基本方針

第1は、「オープン・ドア・ポリシー」に基づく公正な競争です。トヨタとの取引を希望される国内外のサプライヤーに対して、国籍、企業規模、取引実績の有無を問わず、オープンで公正かつ公平な参入機会を提供しています。サプライヤーの選定にあたっては、品質、原価、技術、納期等の能力に加え、継続的な改善に取り組む経営姿勢、体制等を総合的に勘案しています。

第2は、「サプライヤーとの相互信頼に基づく相互繁栄」です。トヨタは、長期的なビジョンの中で、サプライヤーと相互繁栄できる取引関係の確立を目指し活動しています。その基礎となる相互の信頼関係を築くため、サプライヤーとの密接なコミュニケーションの促進を図っています。その一例として、1998年3月、愛知県の本社敷地内に「サプライヤーズセンター」を建設しました。同センターでは、大小のプレゼンテーションルームを数多く設け、取引の有無にかかわらず、幅広く国内外のサプライヤーから新製品、新技術を提案いただく場を提供しています。こうした場を通じて、国内外のサプライヤーとの一層のコミュニケーションの充実を図っています。

トヨタサプライヤーズセンター



プレゼンテーションルーム

また毎年、グローバル・サプライヤーズ・コンベンションを開催しています。2003年は、2月に約380社のサプライヤーが参加し、トヨタから調達方針の説明を行うとともに、品質、原価、技術開発等の優秀なサプライヤーの表彰を行いました。

第3は、「良き企業市民を目指した現地化の推進」です。トヨタは、自動車産業の国際化が進展する中で、海外での車の需要に応えて現地生産を積極的に推進しています。この現地生産に当たっては、地元の企業として、地域の社会・経済に貢献できるよう、現地のサプライヤーからの調達を積極的に推進しています。

サプライヤーと連携した環境取り組み

第3次「トヨタ環境取組プラン」に基づいて、以下に取り組んでいます。

第3次「トヨタ環境取組プラン」についてはP12。

①国内外サプライヤーへの調達ガイドラインの提示と進捗フォロー（ISO14001外部認証取得の促進、環境負荷物質の管理とデータ提供）

各国・地域の事業体で発行されたガイドライン

②欧州ELV指令対応のための、国内外サプライヤーへの説明会、理解活動

③グリーン商品購入（オフィス用品・機器、作業服等）の推進

ECO TOYOTA

上記取り組みの詳細はP26,56をご覧下さい。

従業員とのかかわり

労使関係

トヨタの人事労務は「労使相互信頼」を基本理念としています。労使相互信頼は、1950年の労働争議を経て、1962年に締結された「労使宣言」の中で、労使関係の基盤として謳われており、その後も、幾多の話し合いを通じ、労使の相互理解と相互信頼を積み重ねています。

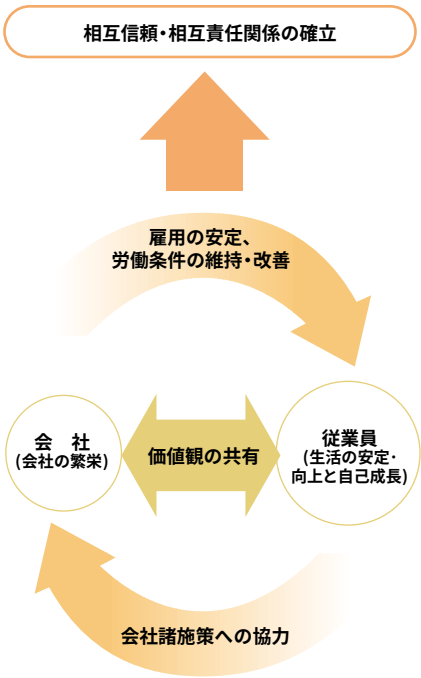
労使相互信頼

労使相互信頼は、「従業員の生活向上は会社の繁栄があって初めて実現するものであり、労使が会社の繁栄を共通の目的として価値観を共有する」「会社は雇用の安定を最大限に考慮し、かつ進んで労働条件の改善に努める」「従業員は会社繁栄のために会社諸施策に協力する」ことを基本精神としています。

1996年に労使双方で調印した「21世紀に向けた労使の決意」では、労使関係の基盤として「相互信頼」に「相互責任」が加わり、現在のトヨタ基本理念に反映されています。

トヨタ基本理念の詳細はP5。

■ 労使相互信頼



■ 21世紀に向けた労使の決意（要約）

①グローバル企業として世界経済の発展に寄与するとともに、国際社会への貢献を果たす。

②労使関係は、相互信頼と相互責任を基盤とする。

③いきいきと働くことのできる企業風土づくりとより高い付加価値の創造に向けて、労使は共通の基盤に立ち、それぞれの役割を全うする。

④日本全体を視野に入れ、働く者の真に豊かな社会・生活を実現する。

人事労務に関する基本原則

労使が相互信頼と相互責任の関係を確立するために、以下のように①会社を信頼して働ける職場づくり、②恒常的・自発的な知恵／改善を促進する仕組みづくり、③徹底的な人材育成、④個々人の役割遂行と全体最適を目指したチームワークの促進の４つの項目を基本原則として人事労務を遂行しています。

①会社を信頼して働ける職場づくり
- 安易なレイオフ／解雇を実施しない安定した雇用
- 労働条件の中長期安定的維持・向上
- 公平性・統一性の確保　　など

②恒常的・自発的な知恵／改善を促進する仕組みづくり
- 徹底したコミュニケーションによる経営マインド・危機感の共有化
- 労働条件への成果の反映　　など

③徹底的な人材育成
- 仕事を通じた自己成長の促進
- トヨタウェイ・役割の伝承　　など

④個々人の役割遂行と全体最適を目指したチームワークの促進
- 徹底した合意形成と一気呵成の実行
- チーム成果と一体感の醸成　　など

安定雇用

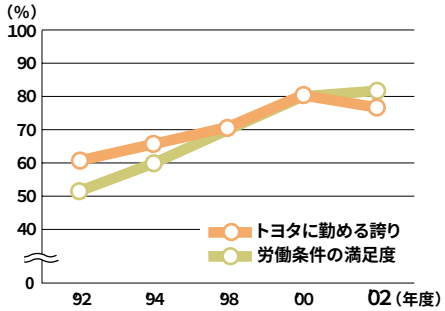
「安易なレイオフ／解雇を実施しない安定した雇用」は、労使相互信頼の大きな柱となっています。また、トヨタの経営システムは、「従業員の能力」「考える力」「創造力」を最大限に生かすことを大きな基盤としているため、その重要な経営資源となる人材の安易な切り捨ては、相互の信頼関係を損なうだけでなく、従業員の主体的能力発揮の妨げにもなります。従って、トヨタは、常に中長期的な経営状況を考慮し、人事労務施策のあらゆる手段を講じて雇用の安定を実現し続けることが最も根源的なフィロソフィー(経営哲学)としてとらえています。

働きやすい職場づくり

従業員が持つアイデア・考えを企業活動に反映させるため、上司・部下のコミュニケーションはもちろん、創意工夫制度、QCサークル等を設置しています。

従業員の様々な悩み・苦情・疑問に対しては、「企業倫理相談窓口」「心とからだの健康相談窓口」「はーとふるねっとe倶楽部(職場に関する相談窓口)」「セクハラ防止ホットライン」といった窓口で迅速かつ公正に対処しています。毎年実施している従業員への意識調査において、「誇り」「満足度」は高いレベルを維持しています。

■ 従業員の意識（事務・技術）



各種相談窓口を従業員に案内

安全衛生・健康

職場の安全は、品質・環境と共に企業の根幹に関わる重要事項です。人間性尊重の理念のもと、「安全はマネジメントそのものである。トップから一人ひとりまで安全最優先を使命とする」を基本方針に、安全でいきいきと働ける職場環境づくりに取り組んでいます。

5カ年方針（2000年～2004年）

- 「重点災害、重点疾病ゼロ」に挑戦
  ～未然防止体制と体質の強化～
- 心身ともに健全な職場環境づくり

安全衛生

「ゼロの確かさを立証できる」活動の展開をはじめ、主体性をもった災害未然防止活動を展開しました。2002年度の重点災害・重点疾病は過去最少件数となりましたが、目標の「*重点災害・重点疾病ゼロ」には至りませんでした。しかし、これらの活動を展開する中で、職場でのチームワークの強化、設備の*本質安全化など、職場の運営や環境改善面で成果を挙げています。

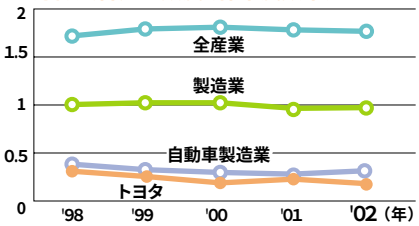
*重点災害:死亡・障害につながる可能性のある6項目（挟まれ巻き込まれ・重量物・車両・感電・墜落・高熱物）による災害をいう。
*重点疾病:粉じん障害・騒音障害・筋骨格系疾病をいう。
*本質安全化:作業や設備の中で危険を消滅、低減し、本質的な安全を追求すること。

2002年度の主な取り組み

1. 「ゼロの確かさを立証できる」活動の展開(対象*STOP6+α、重点疾病)
2. リスクアセスメントに基づく本質安全の徹底追求と安全機能保証・機能維持
3. 海外を視野に入れたエルゴ(筋骨格系疾病)対応展開
4. 騒音・粉じん対策の着実な実施
5. 構内外注工事の管理・指導強化

*STOP6:Safety Toyota 0(zero accident) Projectを原意とする重点災害防止活動。

■ 労働災害発生頻度（休業度数率）



※2002年の全産業、製造業、自動車製造業の数値は速報値です。

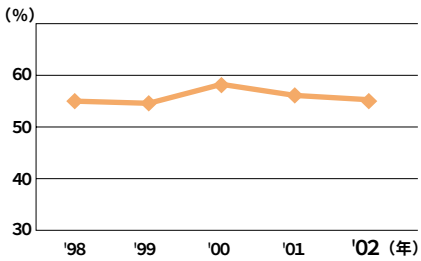
健康づくり

健康診断は、法定項目にトヨタ独自の項目を加えて実施しています。2002年の*健康者率は55%で、目標値である70%には至りませんでした。また、早期回復の取り組みの一つである生活指導会への参加率は75%と昨年度より減少したものの、*就業制限解除率は昨年比約2倍の効果を得ました。

生活習慣病の予防として、生活習慣改善キャンペーンや職場でのレクリエーション活動を通じて健康づくりを推進。生活習慣の改善では、一人一人の意識改革を促進する教育と情報提供を行いました。今後は、*ミールチェックシステムを活用し、食習慣の改善指導と自己管理徹底の啓発に努めます。

*健康者:健康管理区分Aランク（健康診断で異常がなく、かつ通院していない人）
*就業制限解除率（%）＝$\frac{\text{就業制限解除者数}}{\text{生活指導会参加者数}}$ ×100
（この場合の就業制限とは疾病および健康状態不良による就業制限に限定。）
*ミールチェックシステム:食堂での喫食データを活用した、個人の食事摂取状況が確認・評価できるシステム。

■ 健康者率の推移



メンタルヘルスケア

ライン（現場）ケアでは、新任管理監督者全員に、従来の知識教育に加えメンタル問題の未然防止と早期発見に有効な「*リスナー研修」を実施しています。2002年度は新任の室長、グループ長等810名が受講しました。

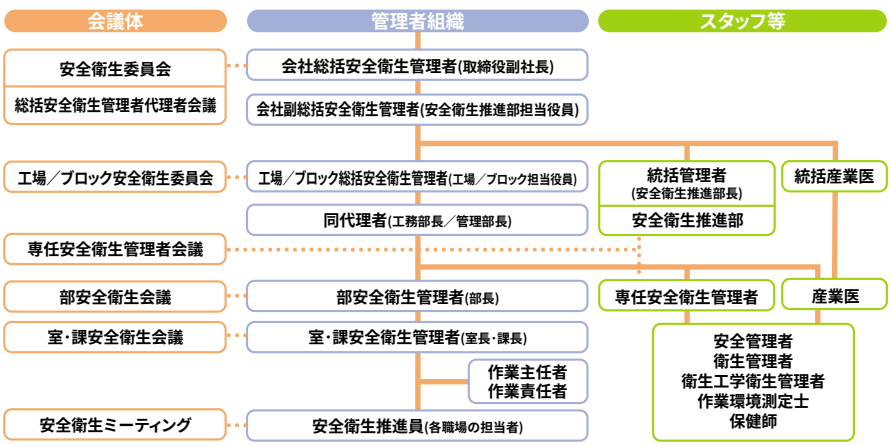
またセルフ（個人）ケアでは、職場・人事・家族との連携を強化することで、休業者のフォロー体制を充実させていきます。

今後は、こうした活動を通してよりコミュニケーションの図れる職場づくりを目指します。

*リスナー研修:「積極的な傾聴」技法で、相手の気持ち、感情等を理解・共感することにより良好なコミュニケーションを築く方法を体験を通して習得するもの。

リスナー研修でコミュニケーション手法を学ぶ

■ 安全衛生推進組織・体制



人材育成

「モノづくりは人づくり」。この創業時から連綿と受け継がれてきた言葉に象徴されるように、トヨタではモノづくりを通じて人材育成に務めてきました。人づくりは「価値観の伝承」であり「ものの見方」を伝えることだと考えています。事業の地域的な広がり、事業領域の拡大にともない、人材育成の面でもグローバルな取り組みを推進することが最重要課題のひとつと捉え、21世紀のグローバルトヨタの事業展開を担う人材が確実かつ継続的に輩出されるよう、人材育成に関わるソフト・ハードの仕組みを構築しています。

徹底的な人材育成

トヨタでは、社員がその能力を十分発揮できるようOJT(オンザジョブトレーニング)を中心に、計画的な全社・部門別教育や育成異動を実施しています。

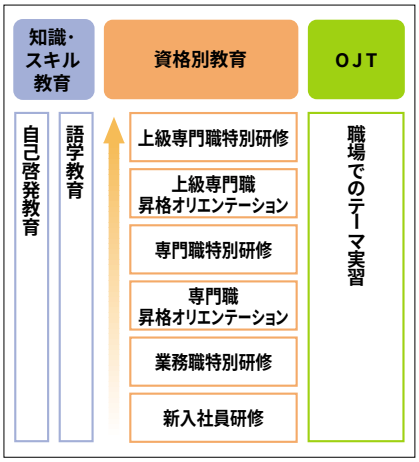
事務・技術職に対しては「*プロ人材」を、技能職には能力の幅を広げて日常業務を確実に運営できる「*T字型人材」をそれぞれが求める人材像とし、全社的に資格別教育を実施するとともに部門別専門教育、語学教育、専門教育などの知識・スキル教育も併せて実施しています。

2002年10月には、「トヨタの競争力の源泉は人材育成にある」との価値観を全社員が共有し、あらゆる職場、階層で人材育成が行われる職場づくりを推進するため、「トヨタ人を育てる」を策定し、配布しました。

*プロ人材:付加価値を自ら創り出し、社会に貢献できる人材であることに加え、チームワークの中で力を発揮できることなどが要件。
*T字型人材:英語力や業務知識などの幅広い能力(Tの横棒部分)に加え、一つの分野での深い専門的な知識や経験(Tの縦部分)を併せ持った人材。

冊子「トヨタ人を育てる」

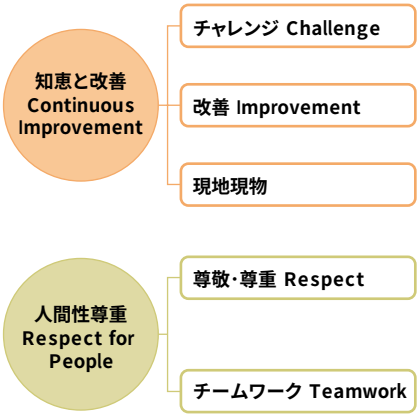
■ プロ人材をサポートする全社教育



トヨタウェイの共有

2001年4月、「トヨタ基本理念」を実現するために、社員として共有すべき価値観と行動指針を明示した「トヨタウェイ 2001」を策定しました。グローバルトヨタの発展と現地への権限委譲をスムーズに進めていくために、これまで暗黙知に伝承されてきたトヨタの経営哲学、価値観、実務遂行上の手法を明文化したもので、「人間性尊重」「知恵と改善」の2つを柱に、「チャレンジ」「改善」「現地現物」「リスペクト」「チームワーク」の5つのキーワードでまとめられたトヨタ従業員の行動原則といえるものです。2002年度には、海外販売、国内販売、人事、経理、調達など、機能別のトヨタウェイを策定することによって社内でのさらなる徹底を図りました。

■ トヨタウェイ 2001のキーワード



トヨタインスティテュート

2002年1月に社内組織として設立したトヨタインスティテュートは、トヨタウェイの共有を軸に各事業体の有機的な結合強化を目的とした人材育成機関です。設立のねらいは、真のグローバル化を推進し、新しい価値観を進化させることによって、グローバルトヨタの人材育成の牽引役として教育体制の整備を推進することにあります。初代学長には張富士夫社長が就任。企画、運営を担当する事務局を設置し、専任スタッフ約16名でスタートしました。

具体的プログラムとしては、「グローバルリーダー育成スクール」と、「ミドルマネジメント育成スクール」が設置されています。

2002年度は、トヨタおよび海外事業体を含めたグローバルトヨタの経営者やミドルマネジメントの育成研修を実施。トヨタウェイの理解、ベストプラクティスの共有、アクションプラン策定などのプログラムを実施するとともに、国・事業体の枠を超えたネットワーキングに貢献しました。

■ プログラム概要

	グローバルリーダー育成スクール
ねらい	グローバルトヨタの視点でリーダーシップが発揮できる経営人材の育成
内容	・トヨタウェイに基づく指導力の向上 ・経営知識、スキルの強化 ・グローバル人脈形成
受講対象	全世界の将来のグローバルリーダー

	ミドルマネジメント育成スクール
ねらい	製造、販売部門等、主要部門別に各部門のトヨタウェイを体系的に理解し、実践できるマネジメントの育成
内容	製造部門:トヨタの製造事業体運営全般と製造部門のトヨタウェイ理解　等 販売部門:トヨタ販売理念に基づく最新マーケティング手法の理解　等
受講対象	全世界のミドルマネジメント

多様性と機会均等

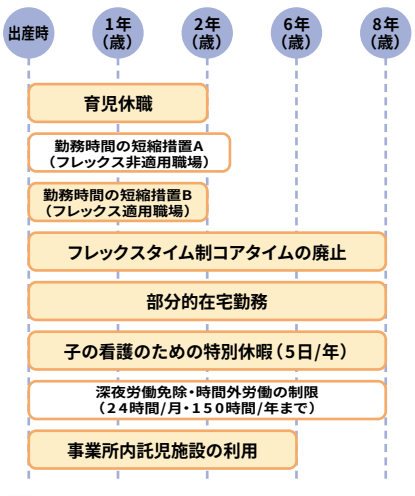
事業のグローバル化、女性の社会進出など、労働市場を取り巻く環境が変化する中、人材の多様性(ダイバーシティ)を活かしたマネジメントは、企業の競争力を高める大きな課題の一つととらえています。「2010年グローバルビジョン」で掲げた「世界中の多様な才能や価値観を持つ人材が活躍し、一人ひとりにとって魅力的な自己実現の場となるような環境づくりの推進」の考えのもと、2002年度よりダイバーシティプロジェクトをスタートさせ、社員のモチベーションを高めるとともに、人材価値の最大化を図っています。

2010年グローバルビジョンはP4～5。

女性の活躍促進に向けて

2002年度はダイバーシティ尊重の理念の下、全社に通じるマネジメント改革のきっかけとして、女性の活躍に着目し、仕組みの見直しと環境の整備に着手しました。意欲ある女性社員が活躍しやすい環境づくりを推進するため、①仕事と育児の両立支援、②女性キャリア形成支援、③風土・意識改革の三つの取り組みを柱に、柔軟な勤務制度の導入や事業所内託児所を開設しました。

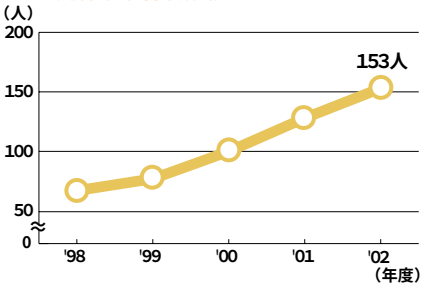
■ 育児(介護)と仕事の両立支援制度



2002年度導入制度

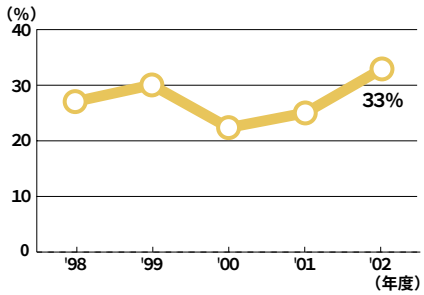
※介護の場合も育児と同様の制度があります。

■ 育児休暇取得者推移



2003年3月時点のトヨタの女性社員数は約5,800名で全社員の9%を占めていますが、女子学生の意識変化などにより女性採用比率は年々上昇しています。

■ 女性採用比率の推移(大卒事務職の例)



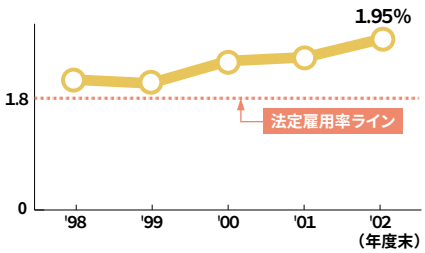
障害者雇用

2003年3月現在、約800名の障害者が、さまざまな職場で各種業務に従事しています。トヨタでは障害者の社会的自立を考え、健常者と一緒に働くことを基本としています。各事業所では、障害状況に応じた設備面での様々な工夫により、安全で働きやすい職場環境をつくりあげています。

2003年3月末時点の障害者雇用率は1.95%で、*法定雇用率1.8%を達成しています。

*法定雇用率:「障害者の雇用の促進等に関する法律」により、常用従業員56人以上の民間企業は従業員総数の1.8%以上の身体障害者または知的障害者の雇用が義務付けられています。

■ 障害者雇用率の推移



実例 キャリアデザインフォーラム

女性キャリア形成支援を目的として2002年11月、約400名の女性を対象に「キャリアデザインフォーラム」を開催しました。

女性自身が自立的・能動的にキャリアビジョンを形成するきっかけづくりや、社内でのネットワークづくりの支援をねらいとしたもので、今後とも取り組みの充実を図っていく予定です。

実例 育児支援施設「トヨタチャイルドケア ぶぅぶランド」

2003年3月、男女を問わず、仕事と育児を両立したいという従業員が、安心して働き続けられるように、事業所内託児施設「トヨタチャイルドケア ぶぅぶランド」(豊田市本社地区)を開設しました。看護師を常駐したり、開園時間も22時半までとするなど充実したサービスを提供しています。利用者の女性社員(1歳児が入園)からは「会社内にあるので送り迎えが楽ですし、急な残業の時も安心して働くことができます」との感想が寄せられました。

経済性パフォーマンス

長期安定的成長は、“環境と経済の両立”あるいは“社会に対する責任を果たす”など、株主・地域社会・お客様・取引先・従業員等、ステークホルダーの信頼を得るためにも、極めて重要な要素の一つです。当社の代表的な経済パフォーマンス指標は、以下の通りです。詳しくは関連のホームページをご参照ください。

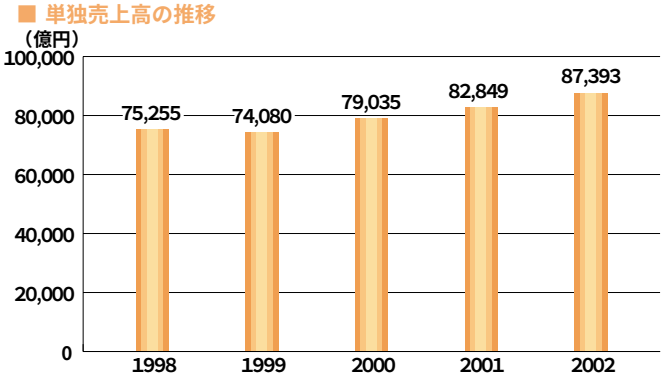
URL http://www.toyota.co.jp/company/ir/index.html

■ 営業状況（2002年4月～2003年3月）

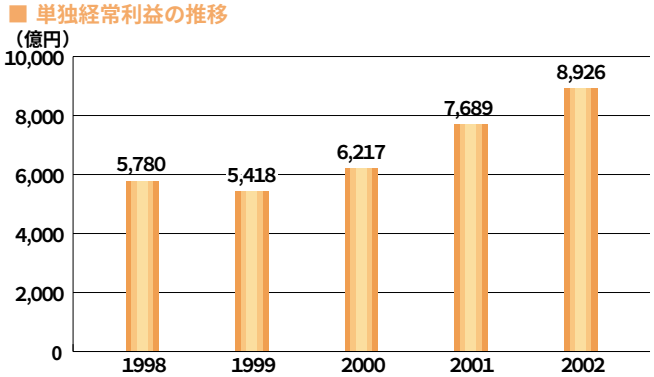
※1億円未満は切り捨て

	単　独	財務会計上の連結
売上高	8兆7,393億円	16兆542億円
営業利益	8,613億円	1兆3,636億円
経常利益	8,926億円	1兆4,140億円
当期利益	6,340億円	9,446億円
総資産	8兆5,928億円	20兆7,423億円
株主資本	5兆7,033億円	7兆4,602億円
株主資本当期利益率（ROE）	11.2%	12.8%
1株当たり当期利益	178.12円	272.75円
1株当たり純資産	1,652.15円	2,226.34円
設備投資	2,693億円	9,935億円
研究開発費	5,812億円	6,716億円
車両生産台数	3,513,887台	5,982,966台
車両販売台数	3,559,826台	6,246,156台
従業員数	65,551人	264,096人

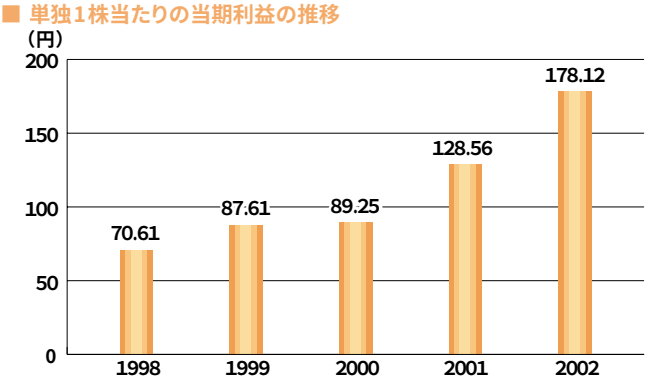
■ 単独売上高の推移



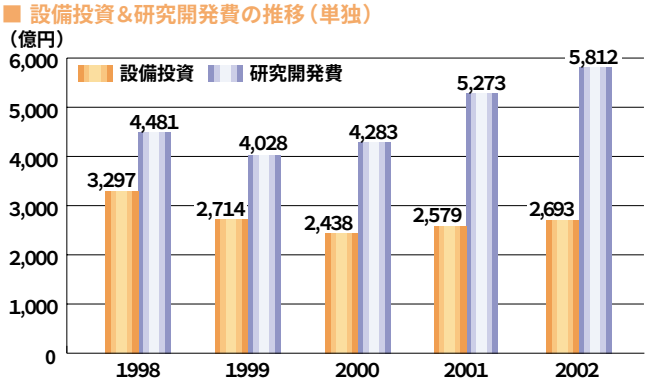
■ 単独経常利益の推移



■ 単独1株当たりの当期利益の推移



■ 設備投資＆研究開発費の推移（単独）



会社概要

商　号	トヨタ自動車株式会社（TOYOTA MOTOR CORPORATION）
創　立	1937年（昭和12年）8月28日
主な事業	自動車および住宅の製造・販売 ほか
資本金	3,970億円
株主数	381,901名
発行済株式総数	3,609,997千株
上場証券取引所	国内）東京、名古屋、大阪、福岡、札幌 海外）ニューヨーク、ロンドン

（注）資本金・株主数は2003年3月末日現在。資本金は1億円未満切捨て。

本　社

〒471-8571　愛知県豊田市トヨタ町1番地
TEL 0565-28-2121（代）

東京本社

〒112-8701　東京都文京区後楽1丁目4番18号
TEL 03-3817-7111（代）

国内の主な生産拠点

自動車：本社工場、元町工場、上郷工場、高岡工場、三好工場、堤工場、明知工場、下山工場、衣浦工場、田原工場、貞宝工場、広瀬工場

住　宅：春日井事業所、栃木事業所、山梨事業所

URL 上記工場・事業所の概要および環境取り組みは以下ホームページをご覧下さい。
http://www.toyota.co.jp/envrep03/plantdata/

その他の主な拠点

名古屋ビル
愛知県名古屋市東区泉1丁目23番22号
TEL052−952−2111（代）

大阪事務所
大阪府大阪市中央区南船場4丁目3-11
06−6251−3300（代）

東富士研究所
静岡県裾野市御宿1200
055−997−2121（代）

ホームページアドレス

会　社　概　況：http://www.toyota.co.jp/company/outline/index.html
I　R　情　報：http://www.toyota.co.jp/company/ir/index.html
ニュースリリース：http://www.toyota.co.jp/News/index.html

〈子ども向け〉
クルマこどもサイト：http://www.toyota.co.jp/company/kids/index.html

〈テーマ別〉
環境：http://www.toyota.co.jp/company/eco/index.html
安全：http://www.toyota.co.jp/company/safety/index.html
福祉：http://www.toyota.co.jp/company/well_life/index.html
社会貢献活動：http://www.toyota.co.jp/company/kouken/index.html